

# 建材 マンズリー

No.586

8

AUGUST  
2014

特集

## リノベーション事業の 可能性を考える

ここでちょっと一息 Coffee Break

### 2020年以降に拡大する 住生活市場を探る

注目企業を訪ねる

### 小杉造園株式会社



# リノベーション事業の可能性を考える

総務省による住宅・土地統計調査によると、2013年時点での空き家は全国におよそ820万戸。人口や世帯数が減少するなか、従来のスクラップ&ビルドという事業モデルを見直し、膨大な住宅ストックを活用する新しいビジネスモデルの確立が、今後の住宅業界にとっての課題であり、成長の鍵となっている。中古住宅を買い取り、再生して販売するリノベーション事業には、新築に代わる受注手段に期待するハウスメーカーをはじめ、建設会社や設計事務所など、新規参入が相次いでいる。



購入価格でメリット大きい  
リノベーション住宅

原状回復のための化粧直しなどもいえる修繕を行う「リフォーム」に対し、使用目的の変更を伴うなど、大規模な改修を指す「リノベーション」。入居者のライフスタイルに合わせて間取りを変えたり、電気やガス、水道などのライフラインをはじめ、住宅の性能を高めて付加価値を上げる。快適でより現代的な住まいへと生まれ変わらせることを目的として行われる刷新がリノベーションといえる。

近年、これまで新築志向だった住宅購入者の価値観に変化が表れ、中古住宅に対して価値を見出す傾向が強くなっている。新築に比べて駅から近いなどの好立地であることや、リノベーションすれば、間取りや設備の面で希望のスペックが満たせて快適に住めるなどの理由から、新築にこだわらない人が増えてきたのだ。

また、リノベーション需要が高まる要因のひとつに、住宅の二次取得層である30代の年収の変化があげられる。国税庁「民間給与実態統計調査」によると、1997年、30〜34歳男性の平均

年収は513万円、35〜39歳では589万円だったのに対し、2012年にはそれぞれ431万円と498万円に低下している。13年1〜6月期の首都圏マンション価格は、新築の㎡単価が67・2万円なのに対して、中古では39・6万円と4割程度安く、リノベーションを行っても新築より安い価格で取得することも可能だ。

中古住宅の購入者は、最大の理由として購入価格の手ごころ感を挙げている。新築にこだわらない人の増加で、リノベーション住宅の需要は今後ますます拡大することが予測される。

2020年までに中古住宅の流通シェアを25%に

総務省のデータをもとにリフォーム産業新聞社が推計したデータによると、中古住宅の流通量は、07年の15・1万戸から、13年には21・5万戸と上昇している(図1)。

06年に制定された「住生活基本法」では、住宅全体の流通量に占める中古住宅の割合を20年までに13年の18%から25%に引き上げるとしており、リノベーション市場はますます拡大すると

リノベーションは住まいのあり方を変える

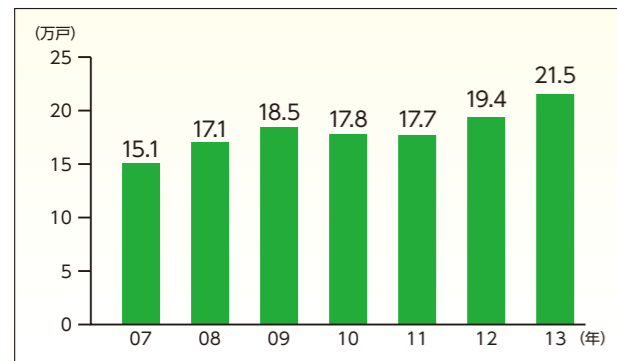
2009年に発足したリノベーション住宅推進協議会。会員は不動産系と建築・設計・施工系の事業者に加え、大手デベロッパーの加入も相次いでいるという。加入事業者数は12年の約370から14年7月末時点で430へと増加。同協議会事務局の武部裕行氏は「単に新築と比べて安いからという理由だけでなく、自分の価値観を重視する人や資産価値の面でも賢い選択としてリノベーションを選ぶ人が増えてきた。住宅リテラシーの高い人ほど、中古リノベーションという選択肢に注目するのはと分析している。」

みられる。一方、課題としては、インスペクション\*や瑕疵保険の提供、性能評価手法の構築、そして流通事業者間の連携の強化などが挙げられている。リノベーション事業は、買い手の依頼によって業者が物件探しとリノベーションを請け負うタイプと、売り主から事業者が物件を買い取り、リノベーションを行い販売するタイプ(集合住宅の一室・戸建の買取再販や集合住宅「棟丸ごと再販」の二つに大きく分けられる。今回は、後者の事例を取り上げる。



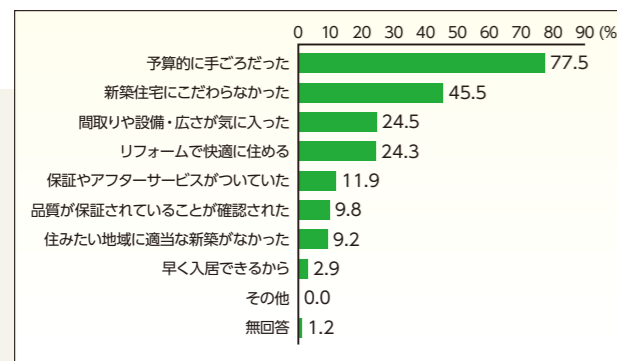
写真:住友林業のリノベーションマンション「フォレストヘイヴン瓢箪山」

図1. 中古住宅流通量の推移



出所:リフォーム産業新聞による推計値

図2. 中古住宅にした理由(複数回答)



出所:国土交通省住宅局「平成24年度住宅市場動向調査報告書」

# 建材流通会社、リノベーション事業に挑戦

## ―伊藤建材株式会社(神奈川県横浜市)―



(施工中)

中古住宅+リノベーションによる買取再販事業の動きが活発になっている。買取再販事業は不動産物件を事業者が取得するため、買い取るための調達力や物件の査定能力などが必要となり、新規参入は容易ではないようだ。ここでは、そんななか買取再販事業に参入している建材流通会社とニュータウン開発会社の事例を紹介する。

### 建材売上にもつながるリノベーション事業参入

伊藤建材が中古住宅リフォーム事業に乗り出したのは7年前。新設住宅着工戸数が減少するなか、中古住宅リフォーム市場は国も重要施策として後押ししており、リノベーション事業もこれから大きく伸びる市場と考えた。また、建材流通会社として仕入れた資材を使用できるので資材費を抑えることができるというメリットもあって参入しやすかったという面もあった。

この1年間で同社が取り扱った物件は、横浜市港南台と藤沢市鶴沼海岸の集合住宅2戸。現在は戸建ての買取再販物件を検討中だ。

港南台の物件は築32年の古い大型団地の一室。駅から徒歩4分と新築ではなかなか手に入らない好立地

だ。顧客対象を30代夫婦、立地と住空間のプランを重視する層と定めたところ、リノベーション後すぐに買い手が見つかった。

一方、今年8月中にリノベーションを完了予定の鶴沼海岸のマンションは、2部屋をつなげた大きなスペースが魅力だ。リノベーション事業の責任者・飯野保志氏は、物件を見た瞬間「シェアハウスに最適」と直感したという。需要調査のため地元の人に話を聞いたところ、「駅にも海にも近い商店街の中にあるので、若い人ならすぐ入るよ」という声が多く、事業を後押しした。中央の共有ラウンジを26畳と広く取り、特注の木製キッチンやコルクタイルの床など、想定する顧客層に合わせ自然素材にこだわった。全4部屋の投資用シェアハウス物件として販売する。



伊藤建材株式会社  
Moving Life事業部 マネージャー  
飯野保志氏

### 事業を成功に導く三つのポイント

買取再販事業の成功には三つのポイントがあると飯野氏は語る。①素早い物件情報の把握、②売れるかどうかを見極めるマーケティング、③思わず住みたくなる住空間のプランニングだ。

物件情報は、なによりもいち早くつかむことが重要だ。住宅を手放したがっている人がいる、競売にかかりそうな家があるなど、常日頃から

地元の不動産会社に顔を出し、きめ細かな情報網を張り巡らせておく。また、物件が見つかったら現地に足を運び、その周辺にはどのような人が住んでいるのかを観察し、地元の人々の声を聞くなど、地に足の付いたマーケティングを行う。そして顧客対象と定めた人たちが住みたくなるような間取りや内装のプランが欠かさない。リノベーションでは、計画すると同時に、購入者のイメージを明確に組み立てることが必要だとい

### 住み替えをサポートする買取再販システム

#### ―山万株式会社(東京都中央区)―

山万が1971年から開発を始めたニュータウンのユーカリが丘(千葉県佐倉市)は、現在も年間約200戸のペースで分譲が続けられている。「第一期の分譲からすでに37年経ち、世帯構成の変化と共に『もっとコンパクトな家に移りたい』などの住み替えニーズが高まってきました。そこで05年からスタートしたのが『ユーカリが丘ハッピーサークルシステム』です。現在の住居を当社が買い取り、顧客は新築の分譲物件に買い替える。買い取った中古物件は、間取りを変更するなど、これから住む人の生活スタイルに合わせてリノベーション

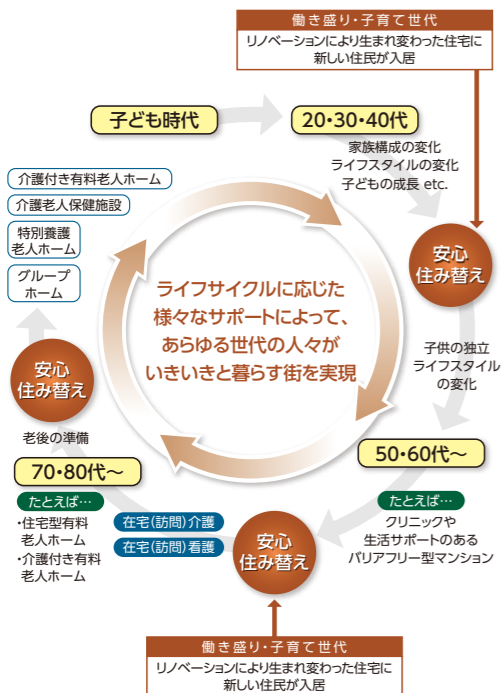


山万株式会社  
アセットソリューション部  
副部長  
ひかる 正幸氏

し、新築と中古物件の間の価格帯で販売しています」

このシステムにより、慣れ親しんだ街を離れずに住み替えができる。また、リノベーション物件を購入した若い世代が街に住み始めることで地域の活性化が進むなど、「街づくり」という視点からも多くの可能性を含んだ買取再販のシステムといえる。

### ユーカリが丘 ハッピーサークルシステム



before



after



(施工中)

鶴沼海岸の物件(右ページも同様)築42年のマンション。1階は食品スーパーが入る。駅から徒歩4分の商店街の中という好立地。玄関から見通せるキッチン周りに意匠を凝らした。キッチン側の床を下げることで、料理する人と椅子にすわる人の目線の高さが同じになり、コミュニケーションがとりやすくなる効果が生まれる

※「Coffee Break」(7ページ)で山万株式会社・ユーカリが丘の関連記事を紹介しています。

# 安心と品質にこだわった リノベーション事業を展開

**徹底した調査に基づく施工で  
住まいの価値を高める**

「ハウスメーカーとして、既存住宅を生かした良質な住宅供給を行うことは社会的に意義がある」という考えのもと、住友林業のリノベーション営業部ではお客様へ高品質な建物を提供するリノベーション事業を展開している。

建物は、第三者機関による劣化診断を行う。構造診断は状況に応じて第三者機関に委託し、的確な処置を施した上で大規模修繕工事を実施している。

「リノベーション事業における成功のポイント」は、徹底した建物調査を行うこと、調査結果に基づいて価値を高める大規模修繕工事を行うこと、そしてその物件が安心して高品質な建物であることをお客様へ伝えていくこと

2013年に分譲を開始した「フォ

before



after



「フォレストヘイヴン瓢箪山」

右: 駐車場をコミュニティの場として利用できるような中庭に変更  
左: 間取りを現代風に変えたほか、屋根裏スペースの活用、二重床に変更した

before



after



レストヘイヴン瓢箪山(名古屋市中山区)は、1990年築、2棟計30戸の企業住宅を住友林業が取得し、丸ごとリノベーションを行った上で、販売を行っている。コンセプトは「緑の丘とはぐくみの家」。住棟間の駐車場だったスペースは、戸建住宅でも提案している「ハグくみの庭」のコンセプトを採用

した、緑豊かな中庭に改修。専有部はスケルトンから最新の設備・内装を導入し、無垢のカバ桜の床材など経年によつて深みを増す材料を多用している。「中古マンションに対する構造・設備面の漠然とした不安を感じているお客様は多い。販売時には、検査結果・工事項目・保証内容の情報をすべて公開

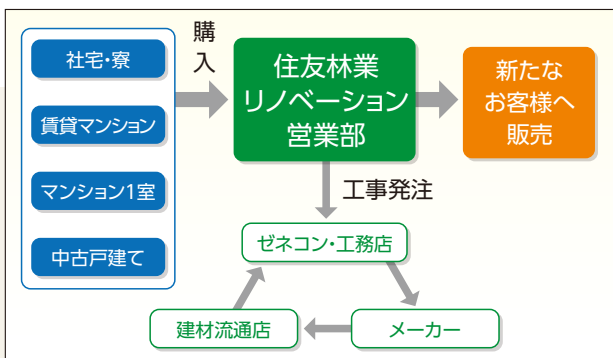
し、不安を安心に変えている」

同営業部では「伝え、育む家」をコンセプトに1棟リノベーションマンションブランド「for Resta(フォレストア)」を展開。施工店や設備メーカーとの連携でリノベーション部材の標準化を進め、安心と品質にこだわったリノベーション事業を展開していく。



現在販売中の「フォレストピア芦屋浜町」

図3. 住友林業リノベーション営業部の事業スキーム



住友林業株式会社  
住宅事業本部 ストック住宅事業部  
リノベーション営業部長

渡邊文孝



藤井繁子

『月刊 HOUSING』編集長、リクルート住まい研究所主任研究員などを経てフリーの住生活ジャーナリストに。自治体や市民団体と街づくりに関わりながら、国内外で取材・コンサルティング活動などを行っている。

## 2020年以降に拡大する住生活市場を探る

2020年の東京オリンピックに向け株価の先高観とともに、東京の一部不動産市場では早くもバブル到来の声がかえり始めました。住宅建築業界では消費税増税後の落ち込みが続きますが、本格的な危機は2020年以降。従来の住宅産業はいよいよ日本の構造変化に対応した‘住生活’産業に業態を変え、生き残りをかける時代となります。

### グローバルとシニアへ事業拡大

既に大手住生活関連企業の方向性は、グローバル展開に加え国内市場では今後拡大するシニアビジネスに舵を切っています。グローバル市場において日本の環境技術が評価され、スマートシティの開発から住宅までMade in JapanならぬMade by Japanのビジネスが世界各地で展開されています。この7月、駅前中核街区をグランドオープンした「柏の葉スマートシティ」(千葉県柏市)も、三井不動産グループのスマートシティ戦略のショーケースとして世界へアピールするものです。

国内では、今後拡大する領域のシニアビジネスに注目。資産を持つアクティブシニアから要介護シニアまで、65歳以上の高齢者人口は2020年には3,612万人と、今後6年で9%も増加が予測されています。そのうち単身世帯は2020年に668万世帯と一気に15%も増え、高齢者の独り暮らしは3世帯に1件となる推定です\*1。今後は病院/施設から自宅療養/介護に社会保障制度が移行する中で、サービス付き高齢者向け住宅の供給と並行して、在宅医療・介護に昼夜対応できる住まいへの戸建リフォームは大きな市場となります。

### スマート化、次はICTによるヘルスケア

医療費抑制の取り組み「予防医療」も具体的になってきました。一つには増大する単身高齢者が、自宅に引きこもらないような地域コミュニケーションが鍵のようです。

先の「柏の葉スマートシティ」でも『健康長寿』を街づくりの柱の一つに掲げ、リストバンド型ライフレコーダー(活動量計)などのICT\*\*2を活用して日常の健康状態を“見える化”するサービスの実証事業を実施してきました。今回は、疾病予防型の専門店街「街のすこやかステーション」をオープンし、住民の健康維持に向けたサービスを展開し始めました。また、1971年の開発着手以来、独創的な街づくりを続けている山万の「ユーカリが丘」(千葉県佐倉市・現人口約17,590人/計画総人口約3万人)では、東芝ソリューションが提供する「シニア向け在宅サービス」を10月から導入予定。アクティブシニアをターゲットに、楽しく健康的な生活を送るためのコミュニティーサービスを提供する試みです。ほかにもHondaと東芝、積水ハウスの3社は合同

で実験住宅を建て、クルマが家の中まで入る空間づくりや、歩行アシストロボットやパーソナルモビリティ用に全屏を自動ドア化するなど、宅内モビリティの可能性を研究中。電力マネージメントの次なる住宅のスマート化が進んでいます。ICTを活用した高齢社会へのソリューションは住生活産業の重要な事業領域となりそうです。



【「柏の葉スマートシティ」2030年イメージ】

千葉県、柏市、東京大学、千葉大学と三井不動産グループが産官学協働で創り上げるスマートシティ。日本初、街区間での電力融通が実現したスマートグリッド。現在居住人口約5,000人が、2030年には約26,000人になる予定。右は「まちの健康研究所 あ・し・た」。東京大学と各種企業が連携して運営。各種計測サービスや専門家アドバイスなどが受けられる、住民参加型の健康サポート拠点。楽しいプログラムやごほうびがあるテーマパークのような小児歯科など12店舗が入る疾病予防型専門店街「街のすこやかステーション」内の1店



【シニア向け在宅サービス「大人の自由時間」サービスイメージ】

東芝ソリューションのシニア向け在宅サービスは、タブレット端末や健康機器と在宅サービスクラウドが連携した、「シニア」と「離れて暮らす子世代」に向けたサービス。ユーカリが丘版では既存の店舗やサービスと連携して、ショッピングやエンターテインメント、旅行に加え健康管理などシニアの活動支援を行う予定(月額980円。一部モニター向けに8月よりサービス開始、タブレット無料貸出)



【Honda・東芝・積水ハウスによる実証実験スマートハウス(さいたま市)】

2020年の暮らしを想定した二世帯住宅。電気自動車を活用したエネルギー供給に加え、パーソナルモビリティを宅内で利用するための住空間を検証する(右は、モビリティに乗ってキッチン動作を確認中)。Hondaは3月に米国でもHondaスマートホームUSを公開している

\*1 国立社会保障・人口問題研究所による推計

\*2 ICT(Information and Communication Technology)は「情報通信技術」の略、コンピューター関連の技術をIT、コンピューター技術の活用に着目する場合はICTと表現

# 注目企業を訪ねる

付加価値創造に挑戦

# 小杉造園株式会社



代表取締役 さき  
小杉左岐氏

本社 ● 東京都世田谷区北沢 1-7-5  
 創業 ● 1943年  
 資本金 ● 4,000万円  
 従業員 ● 95名  
 事業内容 ● 造園土木・植栽工事に関する  
 コンサルティング・設計・施  
 工、マンション・店舗・個人  
 邸などにおける庭園・緑地の  
 維持管理等

## 世界に向けて 日本の庭園文化を発信する 老舗の“植木屋”

技術こそが職人の財産  
自前の研修所を設立

— 中央アジアと東ヨーロッパの境界にあるカスピ海に面したアゼルバイジャン共和国。日本からはるか遠く離れたこの国に、2650平方メートルの面積を有する枯山水の日本庭園がある。大統領のイルハム・アリエフ氏も視察に訪れたといこの庭を設計施工したのが小杉造園株式会社だ。

「2009年10月に完成したこの庭が、私たちの海外進出第一号で、欧州造園建設業協会経由の依頼によるものでした。アゼルバイジャンで初めて日本庭園を造るといふプロジェクトで、当社の職人たちと私とで1カ月ほど現地泊まり込んで作業を行いました。大統領が訪れた際には、日本庭園における庭石や草木の意味をご説明し

日本文化を世界に発信し  
日本ファンを作る

— 研修所の設立から4年経った07年、人材育成の取り組みが実を結んだ。世界各国の技術者技能者が腕を競い合う「技能五輪国際大会」で、造園部門では日本初となる金メダルを同社の職人が獲得したのだ。

「技術を磨いて努力すれば世界一になれる」との証明になりました。その結果、伝統ある欧州造園建設業協会への加盟がアジアで唯一認められ、これがきっかけとなってアゼルバイジャンでの仕事につながりました。その後、バーレーンやキプロス、韓国などから日本庭園造りの依頼が増えました。海外での認知度を上げることが国内での職人の地位向上につながれば、私を植木屋として育ててくれた日本への恩返しになると思っています。そのためにも、日本庭園文化を通して『日本』を世界に発信し、日本のファンを世界中で増やしたいのです。」

— 小杉氏は、日本とアゼルバイジャンの経済合同会議で日本文化に関するプレゼンテーションを行ったり、ウクライナの大学で学生に向けた講演を行うなど、日本ファンを増やすための活動を行っている。熱海の研修所にも世界各国から研修生を迎え、これまで130人が作庭技術を学び、それぞれの母国で活躍しているという。

### ここが注目ポイント

財産である職人を育てる  
投資は惜しまない

事業環境の変化に  
応える高い技能を持ち続ける

日本の技術力を  
世界に発信したい



海外からの研修生向け造園セミナー（熱海の研修所で）



小杉造園が手がけた日本庭園（アゼルバイジャン・アリエフ記念公園）



アゼルバイジャンでの造園の様子

ました。その模様は現地のテレビで放送され、日本の庭園文化が広く知られるきっかけになりました。」

— 半世紀以上にわたって造園業を営む同社。しかし、日本国内の造園業をめぐるとは厳しくなっているという。

「かつては日本庭園がしつらえられた住宅は珍しくありませんでしたので、私たち植木屋は、仕事の中で技術を磨いてきました。しかし、相続税対策などで土地を分割するケースが増え、庭がどんどん減ってきています。その結果、技術伝承の場が失われつつあります。このままでは日本の庭造りの技術が廃れ、植木職人の地位は低下の一途を辿ってしまいます。そこで職人の地位を向上させるために、技術を磨く場として03年、約1億円を投じて自社の研修所を静岡県熱海市に作りました。ここでは、草木や土を用いた築山の技法から、敷石の一種である延段の作り方まで、さまざま作庭技術を学ぶことができます。私たちの業界ではこのような前例はなく、大金を投じることに社内からも猛反対にありました(笑)。しかし、お金は後からついてくるものです。技術こそが私たち職人の財産ですから、ここで投資を惜しむことは考えられませんでしたね。」

「視野を広げるため、当社の職人たちにも海外研修を実施しています。これも人材育成のための投資ですね。海外で日本庭園を造るとき、私たちは、地物を使う、を買っています。現地の文化を理解して取り入れ、現地の植物を使いながら、日本の庭園を表現する。そうしなければ、その後の剪定や補植などの手入れが難しくなり、せっかく造った庭園がすぐに荒れてしまいます。地物を使った作庭では、海外の植物や文化の知識は重要です。それらを学ぶ機会を当社の職人に与えたいと思っています。努力と工夫さえすればできないことはありません。海外にも目を向け、技術を伝えていくことが大切です。」

— 国内で大規模な日本庭園を造る仕事は減る一方だが、小杉氏は植木屋の仕事がなくなるとは考えていないという。

「マンションの庭造りや屋上緑化など、ライフスタイルの変化に対応した作庭はいくらでもできます。そもそも、植木屋は草木という生き物を扱う手間暇がかかる仕事です。だから、丁寧かつ地道に仕事と向き合い、事業環境の変化や顧客のニーズに応えられる技術を常に保ち続けることが重要だと思います。住宅の庭造りの仕事は減っても、常に腕を磨いて確かな技術を身に付けていけば、植木屋としての仕事はこれからも決してなくなりませんよ。」

## 2014年市場規模予測は前年比2.0%減の約6.8兆円 —2014年「住宅リフォーム市場に関する調査」(矢野経済研究所)

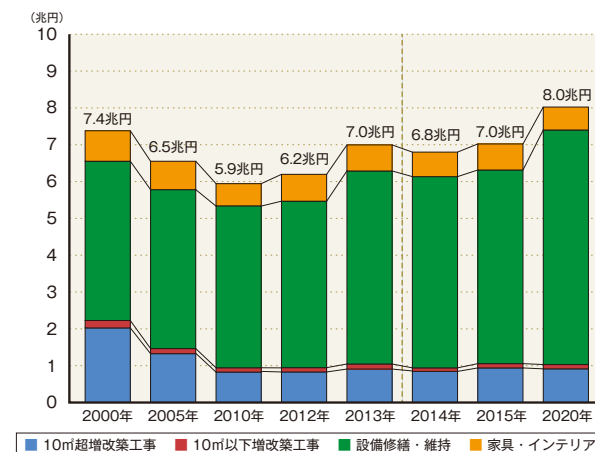
矢野経済研究所の調査によると、2013年の住宅リフォーム市場規模は前年比12.4%増、約7.0兆円の大増となった。「増改築に関わる費用」「設備修繕・維持関連費」がともに大きな伸びを示している。部位別構成比では、リフォーム金額500万円以上の「大規模リフォーム」が24.9%、「塗装リフォーム」が20.6%と高い比率を示した。消費税増税前の駆け込み需要に加え、国内景況感の回復、株価上昇などが大増につながったと考えられる。

2014年は、駆け込み需要の反動減が影響し、前年比約2%減の約6.8兆円と予測されるが、後半は来年10月に検討されている消費税の再増税による駆け込み需要により、盛り返しをみせるものと推測される。

今後、国の政策による後押しやリフォーム適齢期を迎える住宅ストック数の増加、リフォーム事業者の提

案強化による単価アップなどにより、市場が大きく活性化された場合、2020年にはリフォーム市場は8兆円まで拡大すると予測している。

住宅リフォーム市場の市場規模予測



(注) 2014年以降は予測値(2014年6月現在)

出所: (株) 矢野経済研究所「住宅リフォーム市場に関する調査結果2014」

## 「衝突安全性に配慮した壁コーナーの仕様」が 第8回キッズデザイン賞を受賞 (住友林業)

7月4日、住友林業の「衝突安全性に配慮した壁コーナーの仕様」が、NPOキッズデザイン協議会主催の第8回キッズデザイン賞において「子ども視点の安全安心デザイン 一般部門」を受賞した。同賞は「子どもたちの安全・安心に貢献する」「創造性と未来を拓く」「子どもたちを産み育てやすい」デザインの理念を実現、普及させるための制度。住友林業は2009年以降6年連続の受賞となる。

今回の受賞作品の特長は、転倒衝突時のけがの程度やリスク軽減のため、住宅室内の壁角部に丸みを持たせるアール形状化に取り組んだこと。住友林業筑波研究所において検証を重ね、内壁角部の適切なアールサイズを4R(半径4mmの丸み)と導き出した。

また、安全性とデザイン性を両立させ、防火や断熱などの性能、施工性についても従来と同等を担保することを目指し開発した。住友林業の戸建住宅における内壁角部の標準仕様として、2014年4月より全棟で採用している。



編集室より

■ 本誌は8月号より51周年目という節目を迎え、これまでの感謝と今後の発展への思いを込めてリニューアル致しました。表紙については、建材をイメージしたロゴに変更し、弊社展示場の内装写真を毎月シリーズで掲載して参ります。

広告掲載・誌面に対するご意見、ご感想は  
建材マンスリー編集室専用アドレスまでお寄せください。

[kenzai-monthly@sfc.co.jp](mailto:kenzai-monthly@sfc.co.jp)

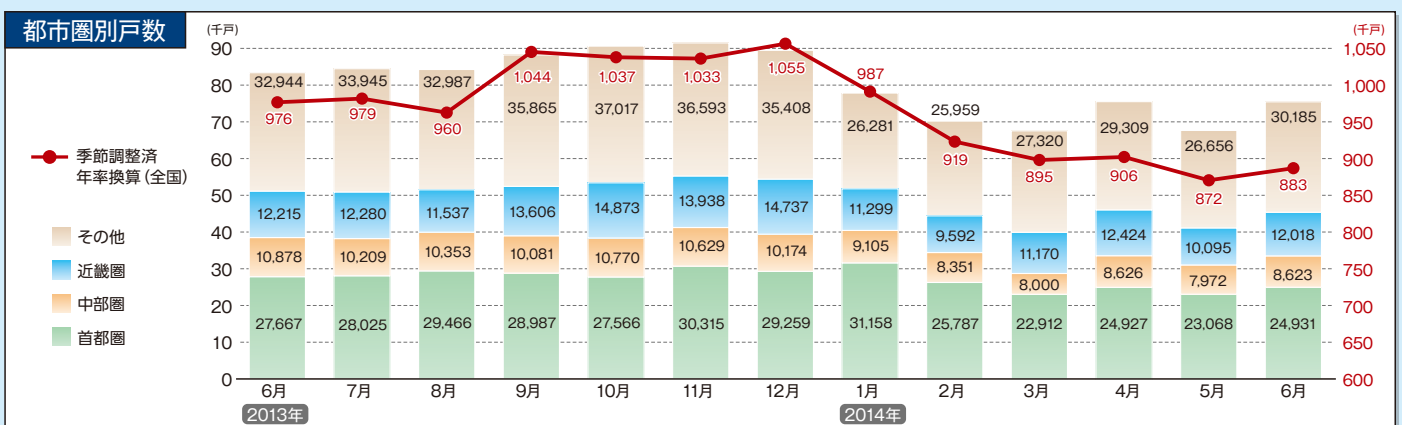
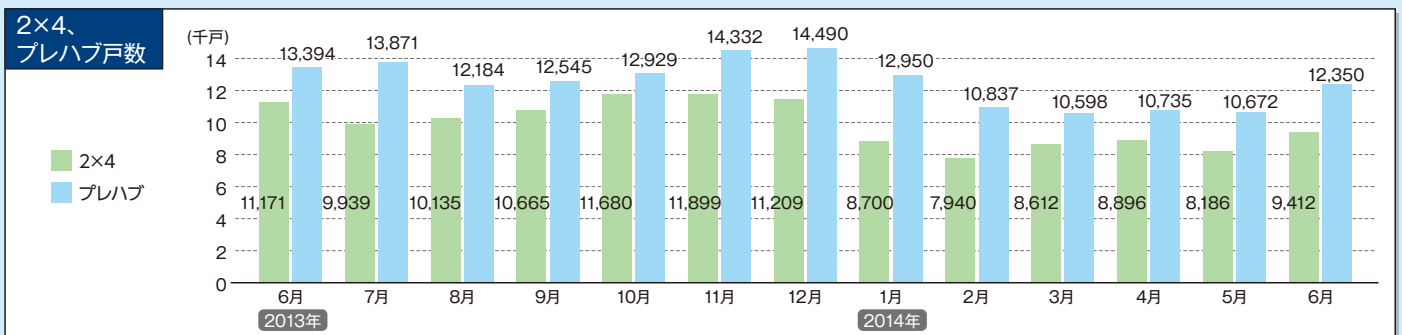
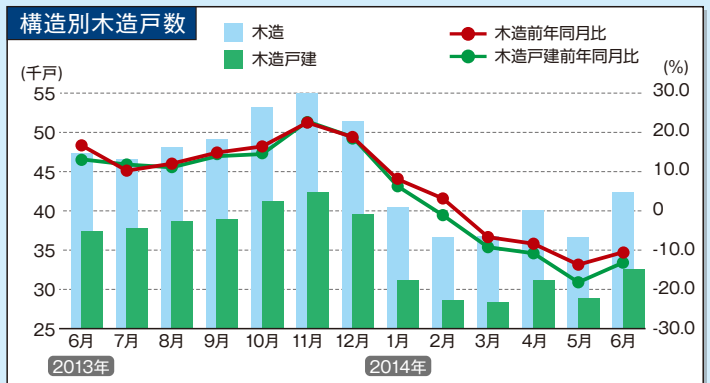
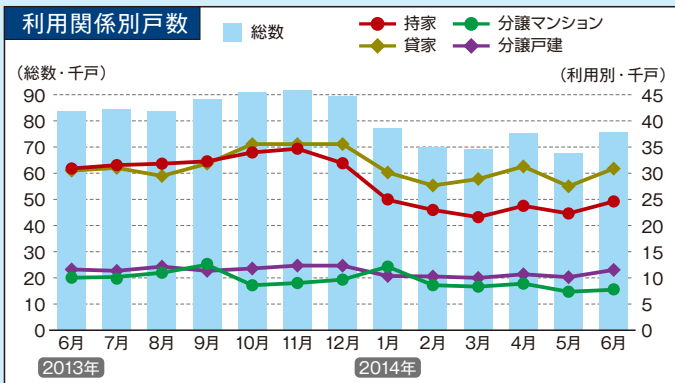
住友林業株式会社 木材建材事業本部 事業開発部

編集後記

初めまして、新人編集長です。日々勉強中でまだまだ未熟ですが、皆様が必要とされる「建材マンスリー」となるよう努力して参ります。さて、リニューアル第一号の特集は「リノベーション」ということで、住宅の価値再創造のように、本誌も「リノベーション」して、皆様にご満足いただけるようさらなるバリューアップを図って参ります。本誌ともども今後とも宜しくお願い致します。(E)

2014年6月の新設住宅着工戸数 △は減

		6月					5月	4月	3月
		対前月比		対前年同月比					
<b>新設住宅計</b>		<b>75,757</b>	<b>7,966</b>	<b>11.8</b>	<b>△ 7,947</b>	<b>△ 9.5</b>	<b>67,791</b>	<b>75,286</b>	<b>69,411</b>
建築主別	公共	2,203	512	30.3	349	18.8	1,691	3,033	2,052
	民間	73,554	7,454	11.3	△ 8,296	△ 10.1	66,100	72,253	67,359
利用関係別	持家	24,864	2,576	11.6	△ 5,835	△ 19.0	22,288	23,799	21,650
	貸家	31,058	3,624	13.2	554	1.8	27,434	31,177	28,925
	給与住宅	420	△ 212	△ 33.5	△ 52	△ 11.0	632	600	368
	分譲住宅	19,415	1,978	11.3	△ 2,614	△ 11.9	17,437	19,710	18,468
	うちマンション	7,754	447	6.1	△ 2,520	△ 24.5	7,307	8,902	8,290
	うち戸建	11,491	1,465	14.6	△ 160	△ 1.4	10,026	10,737	10,044
資金別	民間資金	67,104	7,022	11.7	△ 6,680	△ 9.1	60,082	65,129	61,147
	公的資金	8,653	944	12.2	△ 1,267	△ 12.8	7,709	10,157	8,264
	公営住宅	1,996	549	37.9	601	43.1	1,447	2,308	1,942
	住宅金融機構融資住宅	3,382	59	1.8	△ 999	△ 22.8	3,323	3,681	3,535
	都市再生機構建設住宅	0	△ 123	△ 100.0	△ 363	△ 100.0	123	417	0
	その他住宅	3,275	459	16.3	△ 506	△ 13.4	2,816	3,751	2,787
構造別	木造	42,379	5,396	14.6	△ 5,095	△ 10.7	36,983	40,035	36,896
	非木造	33,378	2,570	8.3	△ 2,852	△ 7.9	30,808	35,251	32,515
	鉄骨鉄筋コンクリート造	476	△ 33	△ 6.5	242	103.4	509	586	664
	鉄筋コンクリート造	18,941	617	3.4	△ 2,796	△ 12.9	18,324	22,349	19,855
	鉄骨造	13,829	2,052	17.4	△ 268	△ 1.9	11,777	12,205	11,836
	コンクリートブロック造	52	△ 50	△ 49.0	△ 32	△ 38.1	102	55	93
その他	80	△ 16	△ 16.7	2	2.6	96	56	67	



(出典：国土交通省ホームページ [http://www.mlit.go.jp/statistics/details/jutaku\\_list.html](http://www.mlit.go.jp/statistics/details/jutaku_list.html))



新発売!!

押出法ポリスチレンフォーム

# ミラジョイント®

屋根・外張断熱に革命!!

ここがポイント!!

屋根の外張工法に  
ミラジョイントを使用すると...

▶ 野地板の省略が可能

▶ 一次防水シートの省略が可能

▶ 特殊勘合部の防水気密テープの省略が可能

合理的なジョイント構造で、機能性が高まり、  
**作業効率がアップ、工期短縮に!!**

屋根の一次防水・断熱・気密・防露施工が一気にできるから  
**雨天でも後工程がスムーズに!!**

ミラジョイントは壁の外張断熱施工にも最適です

上棟日に



屋根の一次防水・断熱・  
気密・防露施工が一気に  
できる!!

株式会社 JSP 第一事業本部 建築土木資材事業部  
ホームページ <http://www.co-jsp.co.jp>  
本社 〒100-0005 東京都千代田区丸の内3-4-2(新日石ビル)  
TEL 03-6212-6363

東日本建材統括部  
札幌営業所 TEL 011-231-2681(代)  
仙台営業所 TEL 022-262-3271(代)  
住宅資材グループ TEL 03-6212-6363

西日本建材統括部  
名古屋営業所 TEL 052-962-3225(代)  
大阪営業所 TEL 06-6264-7903(代)  
広島出張所 TEL 082-568-0566(代)  
福岡営業所 TEL 092-411-6854(代)